



FACULTAD DE MEDICINA “HIPÓLITO UNANUE”

PERCEPCIONES SOBRE EL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS
INDUSTRIALIZADOS EN CONSUMIDORES DEL MERCADO GIRASOL – V.M.T

2022

Línea de investigación:

Salud pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Nutrición

Autor:

Sandoval Monteagudo, Oscar Branco

Asesor:

Chavez Ascon, Carlos Manuel

Jurado:

Sandoval Diaz, Wilder Adolfo

Ponce Suarez, Tatiana Elena

Vasquez Rojas, Rocio Carmen

Lima - Perú

2023



PERCEPCIONES SOBRE EL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN CONSUMIDORES DEL MERCADO GIRASOL – V.M.T 2022

INFORME DE ORIGINALIDAD

26%

INDICE DE SIMILITUD

26%

FUENTES DE INTERNET

5%

PUBLICACIONES

10%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

FUENTES PRIMARIAS

1	repositorio.unfv.edu.pe Fuente de Internet	5%
2	hdl.handle.net Fuente de Internet	3%
3	es.scribd.com Fuente de Internet	1%
4	repositorio.unaj.edu.pe Fuente de Internet	1%
5	repositorio.udh.edu.pe Fuente de Internet	1%
6	1library.co Fuente de Internet	1%
7	repositorioacademico.upc.edu.pe Fuente de Internet	1%
8	upc.aws.openrepository.com Fuente de Internet	1%



Universidad Nacional
Federico Villarreal

VRIN | VICERRECTORADO
DE INVESTIGACIÓN

FACULTAD DE MEDICINA HUMANA “HIPOLITO UNANUE”

PERCEPCIONES SOBRE EL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS
INDUSTRIALIZADOS EN CONSUMIDORES DEL MERCADO GIRASOL – V.M.T 2022

Línea de Investigación:

Salud Pública

Tesis para optar el Título Profesional de Licenciado en Nutrición

Autor

Sandoval Monteagudo, Oscar Branco

Asesor

Chavez Ascon, Carlos Manuel

Jurado

Sandoval Diaz, Wilder Adolfo

Ponce Suarez, Tatiana Elena

Vasquez Rojas, Rocio Carmen

Lima - Perú

2023

DEDICATORIA

A mí abuela Balvina, por su apoyo incondicional durante toda mi vida.

A mis padres, quienes son mi motor y motivo en la realización de mis objetivos.

A mis hermanos, por su compañía y amor a lo largo de estos años

A mis amigos, quiénes son como hermanos

INDICE

I. INTRODUCCION	7
1.1. Descripción y formulación del problema	8
<i>1.1.1. Descripción del problema</i>	8
<i>1.1.2. Formulación del problema general</i>	9
<i>1.1.3. Formulación de problemas específicos</i>	9
1.2. Antecedentes	10
<i>1.2.1. Antecedentes Internacionales</i>	10
<i>1.2.2. Antecedentes Nacionales</i>	11
1.3. Objetivos	13
<i>1.3.1. Objetivo general</i>	13
<i>1.3.2. Objetivos específicos</i>	14
1.4. Justificación	14
2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación	15
<i>2.1.1. Percepción</i>	15
<i>2.1.2. Etiquetado de alimentos</i>	16
<i>2.1.3. Etiquetado nutricional de alimentos</i>	16
<i>2.1.4. Alimentos industrializados</i>	17
<i>2.1.5. Consumidores</i>	17
<i>2.1.6. Guías diarias de alimentación</i>	18
<i>2.1.7. Valores de referencia de nutrientes</i>	18
<i>2.1.8. Alimentación saludable</i>	18
<i>2.1.9. Alimentos naturales</i>	18
<i>2.1.10. Sistema de etiquetado de octógonos</i>	19
III. METODO	20
3.1 Tipo de investigación	20
3.2 Ámbito temporal y espacial	20
3.3 Variables	20
<i>3.3.1 Variable independiente</i>	20
<i>3.3.2 Variables dependientes</i>	21
3.4 Población y muestra	22
3.5 Instrumentos	24
3.6 Procedimientos	25

3.7	Análisis de datos	26
3.8	Consideraciones Éticas	28
IV.	RESULTADOS	29
4.1	Características de la muestra	29
4.2	Etiquetado Nutricional	30
4.3	Alimentos industrializados	36
4.4	Percepción del etiquetado nutricional en alimentos industrializados	41
V.	DISCUSION DE RESULTADOS	47
VI.	CONCLUSIONES.....	50
VII.	RECOMENDACIONES.....	51
VIII.	REFERENCIAS	52
IX.	ANEXOS.....	57
	Anexo A. Encuesta	57
	Anexo B. Consentimiento informado.....	60
	Anexo C. Matriz de consistencia	62
	Anexo D. Formato validación de instrumento	64
	Anexo E. Confiabilidad del instrumento	65
	Anexo F. Operacionalización de variables.....	66

RESUMEN

Objetivo: Determinar las percepciones sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en Villa María del Triunfo. **Método:** El estudio es de tipo cualitativo, descriptivo, retrospectivo y transversal. La muestra estuvo conformada por 197 consumidores voluntarios cumpliendo con los criterios de inclusión y exclusión. Se determinó las percepciones con una encuesta de 18 preguntas de opción múltiple. Para el análisis de los resultados se usó el paquete estadístico IBM SPSS Statistics Base 24.0. **Resultados:** El 70.6% de la muestra lee el etiquetado nutricional y solo el 12.7% refiere que siempre lo entiende. El motivo principal de lectura con un 41.1% fue el “Interés por conocer que está comprado”. El 83.3% de la muestra no conocían que eran los nutrientes críticos. **Conclusiones:** Hay un gran nivel de conocimiento sobre lo que es el etiquetado nutricional y un alimento industrializado. Existe un alto nivel de decisión positiva de lectura del etiquetado nutricional, pero bajo nivel de comprensión acerca de los términos usados.

Palabras clave: percepción, etiquetado nutricional, alimento industrializado, consumidor, sistema de etiqueta de octógonos, nutrientes críticos.

ABSTRACT

Objective: To determine the perceptions of the nutritional labeling of industrialized foods in consumers of the Girasol market in Villa María del Triunfo. **Method:** The study is qualitative, descriptive, retrospective and cross-sectional. The sample consisted of 197 volunteer consumers with the inclusion and exclusion criteria. Perceptions were determined with a survey of 18 multiple choice questions. For the analysis of the results, the statistical package IBM SPSS Statistics Base 24.0 was used. **Results:** 70.6% of the sample read nutritional labeling and only 12.7% reported that they always understand it. The main reason for reading with 41.1% was "Interest in knowing what has been bought". 83.3% of the sample didn't know what the critical nutrients were. **Conclusions:** There is a high level of knowledge about what is nutritional labeling and industrialized food. There is a high level of positive decision to read nutritional labeling, but a low level of understanding of the terms used.

Keywords: perception, nutritional labeling, industrialized food, consumer, octagon label system, critical nutrients.

I. INTRODUCCION

Teniendo como modelo a seguir de etiquetado nutricional a países como Chile, en el cual se obliga a la industria a informar a través del etiquetado los componentes nutritivos que contiene el alimento industrializado a través del uso del octágono, donde nos indica el nutriente crítico y la prohibición de la entrega de estos alimentos de forma gratuita a menores de 14 años, entre otros. Según el INEI (2018), nos muestra las estadísticas de las enfermedades crónicas no transmisibles que van incrementando en Perú, en especial con el sobrepeso, la obesidad y las enfermedades cardiovasculares podemos conocer que es de gran trascendencia saber las percepciones que tiene la población sobre el etiquetado nutricional (López y Restrepo, 2014).

“Reconociendo que las principales enfermedades no transmisibles son las enfermedades cardiovasculares, el cáncer, la diabetes y las enfermedades respiratorias crónicas. Estas cuatro comparten factores de riesgo comunes: el consumo de tabaco, el uso nocivo del alcohol, la dieta poco saludable y la falta de actividad física, y que el tratamiento de las enfermedades no transmisibles puede dar lugar a sinergias en el tratamiento de condiciones relacionadas que incluyen la salud mental, la salud ocular, la salud renal y la salud oral” (MINSa, 2014, p.10).

La Ley N° 30021, “Ley de la Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes”, por Decreto Supremo N° 033-2016-SA, se aprobó el Reglamento que establece el proceso de reducción gradual hasta la eliminación de las grasas trans en los alimentos y bebidas no alcohólicas de alimentos industrializados. Además, establece los parámetros de los nutrientes críticos (MINSa,2013, p.4).

El decreto legislativo N°1304 aprueba una nueva regulación del etiquetado de productos industrializados manufacturados para consumo y uso final. La nueva regulación es a través del etiquetado del semáforo que nos ayuda a reconocer el peligro de las cantidades de un nutriente crítico (Poder Ejecutivo del Perú, 2016, p.6).

La Resolución Ministerial N°683 da a conocer en la segunda disposición complementaria final del precitado reglamento indicando que el Ministerio de Salud tiene el deber de elaborar un manual de advertencias publicitarias para el rotulado. Estas advertencias son los de “alto en” seguido del nutriente crítico tales como el sodio, azúcar, grasas saturadas y el contenido de grasas trans (MINSA,2013, p.3).

Finalmente, en el estudio se entenderá por percepción como la sensación interior que resulta de una impresión material hecha en nuestros sentidos. Asimismo, se considera el etiquetado Nutricional como la información contenida en una etiqueta impresa en un alimento sobre el contenido de nutrientes de este que van dirigidos al consumidor. Los alimentos industrializados serán aquellos alimentos obtenidos de forma natural a los cuáles se les ha añadido sustancias químicas para que puedan ser conservados por períodos más largos y/o mejorar su sabor, olor y aspecto. Por otro lado, se entenderá como consumidor: persona que adquiere productos de consumo o utiliza ciertos servicios.

1.1. Descripción y formulación del problema

1.1.1. Descripción del problema

En la actualidad, existen diversos problemas de salud relacionados a un desconocimiento o mala interpretación del etiquetado de alimentos industrializados tales

como las enfermedades crónicas no transmisibles: sobrepeso, obesidad, hipertensión arterial, entre otros; vulnerándose el derecho del consumidor a recibir y tener información clara y sencilla de los productos que adquiere.

Conociendo la gran importancia que tiene el etiquetado nutricional como fuente de comunicación entre el productor y consumidor con el fin de que este tenga la información suficiente de lo que consume y pueda comprenderla para poder conservar su salud y evitar adquirir enfermedades crónicas no transmisibles.

1.1.2. Formulación del problema general

Problema principal. ¿Cuáles son las percepciones sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializados que tienen los consumidores del Mercado Girasol Villa María del Triunfo 2022?

1.1.3. Formulación de problemas específicos

Problema específico 1. ¿Cómo interpretan el etiquetado nutricional de alimentos industrializados los consumidores del Mercado Girasol Villa María del Triunfo 2022?

Problema específico 2. ¿Cuáles son los efectos del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del mercado Girasol Villa María del Triunfo 2022?

Problema específico 3. ¿Cuál es el grado de información acerca del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del mercado Girasol Villa María del Triunfo 2022?

1.2. Antecedentes

1.2.1. Antecedentes Internacionales

Nieto et al. (2017). En su estudio llevado a cabo en la Ciudad de México buscó explorar la percepción de alimentos procesados. La metodología usada fue un estudio cualitativo transversal cuyo instrumento fue la entrevista. El muestreo fue no probabilístico y por conveniencia. Entre sus conclusiones señalan que se requiere más estudios para conocer las percepciones de la población en torno a los alimentos procesados. Asimismo, la investigación refuerza la idea de que la educación en nutrición en este caso, sobre alimentos procesados es una herramienta para mejorar la dieta de la población debido a que los consumidores tomarían decisiones informadas.

Aumesquet et al. (2020). En su estudio realizado en la Ciudad de Valencia, España en tuvo como objetivo evaluar la percepción de la población con sobrepeso y obesidad frente a la información presente en el etiquetado nutricional de los alimentos en torno a su comprensión, utilidad y uso. La metodología usada fue un estudio cualitativo y su instrumento usado fue una encuesta realizada a 133 personas con sobrepeso y obesidad. Los resultados nos muestran que el 27.8 % de la población muestra interés por seguir una dieta saludable con una valoración positiva del etiquetado de alimentos del 91 %. A pesar de esto, el 35.6 % le es difícil poder comprenderlo e interpretarlo lo que conlleva a obstaculizar el fin principal del etiquetado, que es informar de forma clara y precisa al comprador el producto que está adquiriendo. Finalmente, el estudio nos muestra el mismo panorama sobre el problema de dificultad para interpretar y comprender el etiquetado de los alimentos tanto en

Europa como en América del Sur y de como este se relaciona con los problemas de salud a nivel mundial de sobrepeso y obesidad.

Quintiliano et al. (2021). En su estudio llevado a cabo en la Ciudad de Santiago de Chile, Chile tuvo como objetivo analizar de manera cualitativa el impacto de los mensajes frontales de advertencia. La metodología fue un estudio transversal cuyo instrumento fue la entrevista aplicada en 468 apoderados. Los resultados fueron que el 62% de las compras de los alimentos del hogar lo realizan las madres, los apoderados con mayor nivel de escolaridad presentan mayor conocimiento acerca de la ley 20.606 sobre la regulación de los octógonos frontales como etiquetado nutricional. Se concluye que la mitad de los apoderados dejaron de adquirir alimentos al estar presente el Mensaje frontal de Advertencia (MFA) y que el MFA más importante fue “Alto en azúcares”.

1.2.2. Antecedentes Nacionales

Paucar (2019). En su estudio realizado en la Ciudad de Lima, Perú tuvo como objetivo determinar el nivel de lectura sobre la etiqueta de alimentos en estudiantes de una institución. La metodología fue de diseño no experimental, enfoque descriptivo y corte transversal. La técnica usada fue la encuesta y su instrumento un cuestionario de 18 preguntas. Se concluye que los estudiantes logran identificar mensajes contenidos en la etiqueta de alimentos procesados, la comprenden e interiorizan haciendo uso de sus conocimientos previos. Además, la población de estudiantes de sexo femenino se encuentra posicionados en un mejor nivel de lectura en comparación con la población de sexo masculino.

Castro (2020). En su estudio aplicado en la Ciudad de Lima, Perú tuvo como objetivo el determinar la relación entre los conocimientos, actitudes y prácticas del etiquetado frontal

en alimentos procesados por adolescentes de la institución Madre Admirable. La metodología fue un estudio de enfoque cuantitativo y diseño no experimental usando como instrumento una encuesta que buscó medir los conocimientos, actitudes y prácticas de los adolescentes frente al etiquetado frontal de alimentos procesados. Los resultados fueron que el 62% de la población adolescente del colegio posee un alto conocimiento, 33% conocimiento medio y 5% conocimiento bajo. Con respecto a las actitudes, el 62% presentó actitudes favorables frente a un 38% con actitudes desfavorables. Finalmente, con relación a las prácticas, el 63% tuvo prácticas adecuadas y el 37% inadecuadas. Se concluye que el octógono fue el etiquetado que presentó mejor nivel de conocimiento y comprensión frente al semáforo nutricional.

Luna y Vera (2017). En su estudio realizado en la Ciudad de Lima, Perú tuvo como objetivo determinar la frecuencia de lectura, uso e interpretación de las etiquetas nutricionales en la población diabéticos e hipertensos en un centro de referencia nacional de Lima. Los métodos usados fueron de diseño observacional y corte transversal en 200 pacientes con diabetes mellitus e hipertensión arterial. El instrumento de medición para la interpretación fue una prueba a partir de dos etiquetas nutricionales de alimentos envasados, en el caso de la medición de frecuencia de lectura y uso de información de etiquetas nutricionales se realizó a través de una encuesta. Los resultados nos muestran que el 27.5 % lee frecuentemente la etiqueta nutricional, 19.5 % le da uso a la información para alimentos altos en fibra y 30.5% del total de encuestados lograr interpretarlo.

Espadín et al. (2020). En su investigación realizado en la Ciudad de Lima, Perú tuvo como objetivo evaluar la preferencia del etiquetado nutricional del octógono frente al semáforo GDA en los mercados de Chorrillos, Breña, La Victoria y La Molina. LA

metodología usada fue un estudio cuantitativo y descriptivo. El instrumento constó de una encuesta de 4 preguntas basadas en láminas donde presenta ambos etiquetados nutricionales. Se concluyó que el semáforo obtuvo la calificación del etiquetado más saludable con un 74.3% y el que más gustó con un 69.9%. Además, el octógono fue calificado como el etiquetado de más fácil entendimiento con un 58.4%. Finalmente, los usuarios relacionan el color verde del semáforo como saludable minimizando el color rojo que busca minimizar el consumo y de esta manera causando una confusión del fin que tiene el semáforo.

Naranjo y Saravia (2020). En su estudio realizado en la Ciudad de Lima, Perú tuvo como objetivo determinar la existencia de relación entre la percepción y el comportamiento frente a la implementación de la etiqueta nutrición frontal de octógonos en consumidores de galletas dulces en las edades comprendidas de 18 a 55 años de Tambo del Parque San José de Jesús María. La metodología de estudio de diseño experimental y descriptivo. Los instrumentos usados fueron la entrevista realizada a tres expertos en el tema y una encuesta de 21 preguntas aplicado a los consumidores. Se concluye que el 41% están de acuerdo con que el etiquetado nutricional de octógonos les ayudará a conocer la composición nutricional de las galletas dulces.

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

Determinar las percepciones sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022.

1.3.2. Objetivos específicos

Objetivo específico 1. Describir las interpretaciones del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022.

Objetivo específico 2. Describir los efectos que produce el etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022.

Objetivo específico 3. Describir el grado de información del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022.

1.4. Justificación

El etiquetado nutricional es un medio de comunicación entre el productor y el consumidor sobre lo que se adquiere. Siendo el etiquetado nutricional una fuente de información sobre lo que estamos adquiriendo y cómo esta va a influir en nuestra salud. Es por eso la necesidad de saber cómo los consumidores perciben el etiquetado nutricional a través del grado de información y de comprensión.

A través de este estudio podemos contribuir a conocer de qué manera perciben los consumidores el etiquetado nutricional y generar políticas orientadas a informar a estos acerca de los riesgos que puede generar el consumo de ciertos alimentos con el fin de garantizar la conservación de la salud y prevención de enfermedades crónicas no transmisibles como la diabetes, obesidad, enfermedades cardiovasculares, cáncer, entre otros.

II. MARCO TEORICO

2.1 Bases teóricas sobre el tema de investigación

2.1.1. *Percepción*

Vargas (1994, p.3) define la percepción como la fase cognitiva de la conciencia que consiste en el reconocimiento, interpretación y significación para la producción de juicios en relación con las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social, por lo cual participan otros procesos psíquicos entre los cuáles tenemos al aprendizaje, la memoria y la simbolización. Por otra parte, Hermann Von Helmholtz (1867, p.4) llama a la percepción como una transformación de relación y construcción, dando lugar a una representación interna de lo que sucede en el exterior. Para que se dé lugar a esto el cerebro reúne toda la información que recibe de los receptores analizándolo despacio y gradualmente junto con lo que obtiene de la memoria. De esta manera, interpreta y forma una representación del exterior creando un modelo de lo que percibe, usando datos almacenados y procedimientos internos que usará el cerebro para decodificarla. En última instancia usará la memoria para finalizar la codificación para poder entender la significación de lo recuperado y así le da conciencia y valor a lo que percibe.

Según el diccionario de la lengua española (2005), la percepción es la “sensación interior que resulta de una impresión material, captación realizada a través de los sentidos. Conocimiento, aprehensión de conceptos e ideas”. Entonces partiendo de esta última definición podemos encontrar factores biológicos como psicológicos los cuáles permiten que este proceso ocurra, siendo iguales en los seres humanos.

2.1.2. *Etiquetado de alimentos*

La FAO (2007, p.5) define al etiquetado de alimentos como una forma de comunicación entre los productores y vendedores de alimentos y por otra, sus compradores y consumidores. Además, nos dice que la información del contenido en esta debe tener las materias alimenticias a disposición de los consumidores y marcarlos explicado el contenido de nutrientes del producto siendo enmarcado de manera especial la composición lipídica debido a la demanda por parte de los consumidores y debido al gran número de países que advierte modificar el consumo de grasas. Asimismo, las características que reúne el etiquetado de alimentos explican el contenido de nutrientes, y se dirigen hacia el consumidor usando términos adecuados y de fácil entendimiento para la población en general. Ahora bien, la información nutricional que se brinda debe estar acorde a las recomendaciones dietéticas y se debe consideraren la sección de nutrientes específicos o de componentes alimentarios en el espacio de la etiqueta.

2.1.3. *Etiquetado nutricional de alimentos*

Abarca la información acerca de las características nutricionales del alimento teniendo dos componentes obligatorios y otros opcionales. Aquellos que son obligatorios son la declaración de nutrientes, es decir, información del aporte de energía, proteínas, hidratos de carbono, grasa, sodio y azúcares totales que contiene el alimento; y la declaración del sello “Alto en” que deben ser rotulados cuando se superen los límites establecidos de nutrientes críticos. Mientras que por otro lado tenemos a los componentes opcionales los cuáles brinda información acerca de las propiedades nutricionales como el contenido de fibra dietética o colesterol y propiedades saludables que engloba mensajes vinculando los componentes alimenticios con alguna condición de salud de la persona. (Minsal, 2017)

El etiquetado alimentario contiene la información que se presenta en los productos envasados para que los consumidores conozcan su contenido nutricional y otros aspectos de interés, como las características organolépticas, el método de conservación o la fecha de caducidad. Sus principales funciones son ayudar al consumidor en la selección de alimentos saludables, de acuerdo con sus necesidades y preferencias, incentivar a la industria a mejorar la calidad nutricional de sus productos y facilitar la comercialización de los productos alimentarios. (Royo, 2017)

2.1.4. Alimentos industrializados

Se llaman alimentos industrializados a aquellos que son derivados de alimentos producidos en el campo, a las cuáles se les han agregado sustancias químicas con el fin de modificar el sabor y consistencia, para que puedan prolongar el periodo de vida útil. Usualmente estos sufren un proceso en grandes cantidades y empacados en contenedores que permitan su preservación, utilización y traslado hacia lugares distantes. (Nieto et al., 2017).

Por otra parte, González et ál. (2007, p.347) define a estos como aquellos que son producidos en altos volúmenes y de distribución regional o nacional. Además, son de fácil adquisición y vienen en diversas presentaciones como congelados, enlatados, listos para cocinar, calentar o consumirse.

2.1.5. Consumidores

Según INDECOPI (2003), define a los consumidores como aquellas personas naturales o jurídicas que compran, emplean y gozan como aceptante final, productos o servicios a favor de su beneficio propio, familiar o social. No se considera consumidor a aquel que adquiere el producto con el fin de resultarse en proveedor.

2.1.6. Guías diarias de alimentación

Según el Institute of Grocery Distribution (2011, p.7), define a las GDA como guías que nos muestran la cantidad y porcentaje de energía, grasa saturada, azúcares totales y sodio de un producto en su totalidad, y por porción. Esta información mostrada corresponde a los nutrientes conocidos como críticos y usan como referencia valores de una dieta de 2000 calorías.

2.1.7. Valores de referencia de nutrientes

Para el CODEX los valores de referencia de nutrientes vienen a ser aquellos valores expresados en números que con evidencia científica sujeto al etiquetado nutricional y declaraciones de propiedades pertinentes. Por otra parte, puede definirse como los límites de ingesta de nutrientes óptimos a fin de lograr las necesidades nutricionales de la población sana en general, siendo guías cuantitativas a fin de prevenir deficiencia o exceso de nutrientes. (1985, p.2) Mientras que los valores de referencia de nutrientes (VRN): “son un conjunto de valores numéricos que están basados en datos científicos a efectos de etiquetado nutricional y declaraciones de propiedades pertinentes” (INDECOPI, 2014).

2.1.8. Alimentación saludable

Según la FAO (2010), una alimentación saludable es aquella que nos aportara nutrientes esenciales y energía que el cuerpo necesita para mantenerse sano. Aquellos nutrientes esenciales son: proteínas, carbohidratos, lípidos, vitaminas, minerales y agua.

2.1.9. Alimentos naturales

Según el Minsa (2018), los alimentos naturales serán aquellos que se encuentren en estado natural, es decir que no hayan sufrido alteraciones desde el momento que son

extraídos de la naturaleza hasta su consumo. Además, se considerarán dentro de esta definición a aquellos alimentos mínimamente procesados como lo son los rebanados, divididos, partidos, seleccionados, refrigerados, etc. Finalmente, dentro de la definición se encuentran los alimentos con procesamiento primario como lo son aquellos que sufren procesos de limpieza, remoción de partes u otros métodos.

2.1.10. Sistema de etiquetado de octógonos

Según el INS (2019), el sistema de etiquetado de octógonos es aquel en el cual se colocan octógonos de fondo negro en alimentos procesados cuyo contenido de sodio, azúcar y grasas saturadas excedan los parámetros permitidos con la advertencia de “alto en” sodio, azúcar o grasas saturadas. En el caso de las grasas trans, se colocará “Contiene grasas trans”.

Según Minsa (2018), el sistema de etiquetado de octógonos es aquel sistema que brinde información al consumidor de los nutrientes críticos que estén presentes en el alimento y aplicables para aquellos alimentos procesados cuyo contenido de sodio, azúcar y grasas saturadas excedan los parámetros técnicos establecidos por el artículo 4 del Reglamento de la Ley N°30021, Ley de Promoción de la Alimentación Saludable para Niños, Niñas y Adolescentes.

Con respecto a las grasas trans se regirán por el Reglamento que establece el proceso de reducción gradual hasta la eliminación de las grasas trans en los alimentos y bebidas no alcohólicas procesados industrialmente aprobado por el Decreto Supremo N°033-2016-SA. El formato presente para las advertencias publicitarias de los alimentos procesados debe ser claras, legibles, destacadas y comprensibles. La forma geométrica es de un octógono y los colores a usar son el blanco y negro.

III. METODO

3.1 Tipo de investigación

El presente estudio de investigación es de tipo cualitativo, según propósito del estudio es descriptivo, según cronología de los hechos es retrospectivo y según número de mediciones es transversal.

3.2 Ámbito temporal y espacial

El estudio de investigación se desarrolló en el Mercado Girasol, San Gabriel Alto, Villa María del Triunfo en el 2022.

3.3 Variables

Las variables que se identificaron en el presente estudio son las siguientes:

3.3.1 *Variable independiente*

Etiquetado Nutricional

- Definición conceptual: el etiquetado nutricional es aquella información acerca de las características nutricionales del alimento, el cual incluye componentes obligatorios y opcionales de acuerdo con la legislación de cada país. Los componentes obligatorios son la declaración de nutrientes y del sello de “Alto en”; mientras que los opcionales son las propiedades nutricionales y saludables. (Minsal, 2017, p.14)
- Definición operacional: se determinó a través de una encuesta de 18 preguntas de etiquetado nutricional, el cual fue obtenido por elaboración propia, validado mediante una prueba piloto y juicio de expertos.

-

3.3.2 *Variables dependientes*

Percepción del consumidor

- Definición conceptual: se define como el proceso cognoscitivo que ocurre al inicio de la actividad mental el cual llevará a la interpretación de la información que se detalla en el etiquetado nutricional en donde se involucran los sentidos, indicando ideas, conocimientos y sensaciones internas. (Oviedo, 2004)

- Definición operacional: se determinó a través de una encuesta de 18 preguntas sobre la percepción del consumidor sobre el etiquetado nutricional, el cual fue obtenido por elaboración propia, validado mediante una prueba piloto y juicio de expertos.

Alimento Industrializado

- Definición conceptual: se le define como aquel alimento que es procesado por industrias alimentarias con altos volúmenes de producción de fácil acceso y bajo la presentación de congelados, listos para procesar, cocinar, calentar o consumirse. (Pérez et ál., 2018)

- Definición operacional: se determinó a través de una encuesta de 18 preguntas sobre alimento industrializado, el cual fue obtenido por elaboración propia, validado mediante una prueba piloto y juicio de expertos.

Variable	Instrumento	Tipo de variable/ Escalade medición	Dimensiones	Valores de medición
Etiquetado nutricional	Se determinarán mediante la aplicación de una encuesta de 18 preguntas	Cualitativa politómica/ Nominal	Lectura Frecuencia	Según el encuestado Según el encuestado
Percepción del consumidor		Cualitativa politómica/ Nominal	Cognitivo Afectivo Conativo	Según el encuestado
Alimento industrializado		Cualitativa politómica/Nominal	Compra Consumo	

3.4 Población y muestra

Población

La población total estimada según la Asociación del Mercado Girasol es de una asistencia de visitas diarias de 400 personas ubicados en el Sector de San Gabriel Alto, Zona de José Carlos Mariátegui y distrito de Villa María del Triunfo.

Criterios de inclusión:

Personas adultas que hayan cumplido los 18 años y menores de 65 años que sean alfabetos y estén en la capacidad de responder la encuesta. Se incluyen aquellos que hayan firmado el consentimiento informado y personas con patologías.

Criterios de exclusión:

Personas adultas que no hayan cumplido los 18 años y mayores de 65 años que sean analfabetas y que no estén en la capacidad de responder la encuesta. Se excluye aquellos que no hayan firmado el consentimiento informado y personas con patologías que impidan el desarrollo normal del cuestionario.

Muestra

El número de muestra calculado se halló tomando en consideración la totalidad de la población que asiste de forma diaria al mercado Girasol con un nivel de confianza del 95% y margen de error de 5%. Se usó una adaptación de la fórmula estadística.

$$n = \frac{Z^2 * N * p * q}{(N-1) * e^2 + Z^2 * p * q}$$

En la cual:

n: Tamaño de la muestra

Z: Nivel de confianza

N: Población

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

e: Margen de error

La muestra obtenida mediante la fórmula estuvo conformada por 197 voluntarios asistentes al Mercado Girasol ubicado en el distrito de Villa María del Triunfo cumpliendo con los criterios de inclusión y exclusión.

- A. **Unidad de análisis:** Cada consumidor voluntario del mercado Girasol.
- B. **Unidad de muestreo:** Unidad seleccionada del marco muestral.
- C. **Marco muestral:** Constituido por promedio de los consumidores que asisten al mercado Girasol.

Características del Diseño Muestral

El diseño de la muestra corresponde a un estudio transversal por muestreo no probabilísticas por conveniencia porque se aplicarán los criterios de inclusión y exclusión a la población, quiénes son consumidores que responderán al cuestionario de forma voluntaria.

Tipo de muestreo

El muestreo es no probabilístico, por conveniencia en la elección de la unidad de análisis.

3.5 Instrumentos

Con el fin de determinar la percepción sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializado se utilizó un cuestionario creado y validado. La validación se realizó a través de una prueba piloto aplicado a 30 personas. La confiabilidad del cuestionario se evaluó con el Alfa de Cronbach obteniendo un resultado de 0.81, dando como resultado una confiabilidad “Muy alta”. Además, se validó el contenido con la técnica Juicio de Expertos.

Encuesta de Percepción sobre Etiquetado Nutricional de Alimentos Industrializados:

Se aplicó un cuestionario sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializados el cuál consta de 18 preguntas cerradas de opción múltiple. El método y técnica de

recolección de datos que se usó en la presente investigación fue no probabilístico y encuesta, respectivamente.

3.6 Procedimientos

Se plantearon los procedimientos de la siguiente manera:

Autorización

Se pidió la autorización a través de un “Consentimiento informado “a cada consumidor que asistió y decidió participar el día de la intervención en el mercado “Girasol” ubicado en el distrito de Villa María del Triunfo, Lima, Perú. Además, se realizó un trámite administrativo mediante un oficio dirigido al presidente de la Asociación del Mercado Girasol comunicándole detalles de la intervención y solicitando el permiso respectivo.

Tiempo de recojo

El tiempo de recojo promedio es de 8 minutos y a libre disposición de tiempo que requiera el encuestado para finalizar la encuesta.

Procesos

Se diseñó el cuestionario previamente y se aplicó la prueba piloto a 30 personas haciéndose los ajustes necesarios después de aplicarse este. Se realizó la intervención con dos estudiantes universitarios de nutrición. El día de la intervención, se solicitó la participación de cada consumidor y se entregó el consentimiento informado. Antes de iniciar, se explicó al consumidor acerca de los objetivos del estudio y se les motivó a responderlo con sinceridad. En el caso del consumidor que aceptaron participar en la encuesta, se les agradeció y se buscó otro participante. En el caso del consumidor que aceptaron participar, se le otorgó tiempo a su

disposición y al terminar se les agradeció su participación. Finalmente, los formularios llenados correctamente fueron usados para el análisis.

Capacitación

Se capacitó al personal: dos estudiantes universitarios de nutrición que ayudaron a aplicar la encuesta a los consumidores.

Supervisión

Se supervisó al personal para garantizar un adecuado cumplimiento y aplicación de la encuesta a fin de garantizar la validez y confiabilidad del estudio.

Coordinación

Se coordinó con el presidente de la Asociación del Mercado Girasol y participantes para garantizar el adecuado desarrollo de la intervención.

3.7 Análisis de datos

Elaboración de datos

Se plantearon las siguientes fases:

a. Revisión de datos

Se examinó de forma crítica las encuestas aplicadas a los consumidores voluntarios a fin de poder realizar alguna corrección.

b. Codificación de datos

Se transformó los datos en códigos numéricos, acorde a la respuesta esperada por el instrumento y según el dominio de la variable.

c. Clasificación de datos

Se realizó en base a la codificación, teniendo en consideración la escala de medición e indicadores y valores de cada variable identificada en el estudio.

d. Procesamiento de datos

Se seleccionó para el procesamiento de los datos y resultados el paquete estadístico IBM SPSS Statistics Base 24.0

e. Recuento de datos-plan de tabulación

En concordancia con el método usado y usando una laptop se hicieron las tablas y cuadros estadísticos necesarios para dar relatar la información obtenido del presente trabajo dando posibles respuestas al problema encontrado.

f. Presentación de datos

Se presentó en base al plan de tabulación de datos, mediante cuadros y gráficos necesarios para la investigación.

Plan de Análisis e Interpretación de datos

Se describirá de forma ordenada y sistemática los datos recopilados y tabulados destacando las frecuencias y porcentajes más significativos, de cada una de las variables a estudiar.

Con la información obtenida en el análisis descriptivo se podrá realizar la interpretación de los datos que permitan dar a conocer las percepciones del etiquetado nutricional de alimentos industrializados.

3.8 Consideraciones Éticas

Este estudio se apegó a lo señalado por la Declaración de Helsinki (1964). Se someterá ante el Comité de Ética de Investigación de la Universidad Nacional Federico Villarreal y se solicitará el consentimiento informado a cada participante.

El estudio no presupone riesgos en la integridad y salud del participante ya que solo se necesitará de la realización de cuestionario, el cual nos brindará información sobre la percepción del etiquetado nutricional de alimentos industrializados. Además, el instrumento se encontrará decodificado por lo cual no se solicitará información personal como nombres, apellidos y DNI garantizándose la confidencialidad de los datos brindados en el cuestionario. Finalmente, los datos obtenidos solo se emplearán en el presente estudio sin conflicto de intereses.

IV. RESULTADOS

4.1 Características de la muestra

Se conformó con 230 consumidores del sexo femenino y masculino que asisten al Mercado Girasol, los cuáles fueron voluntarios a responder la encuesta, las edades están comprendidas entre los 18 a 65 años; además se consideró al momento de realizar la encuesta el cumplimiento de los criterios de exclusión e inclusión. Para el presente trabajo de investigación se obtuvo un total de 197 encuestas validadas donde el 79.2% (n=156) fueron del sexo femenino y 20.8% (n=41) del sexo masculino como se muestra en la tabla y gráfico número 1.

Tabla 1

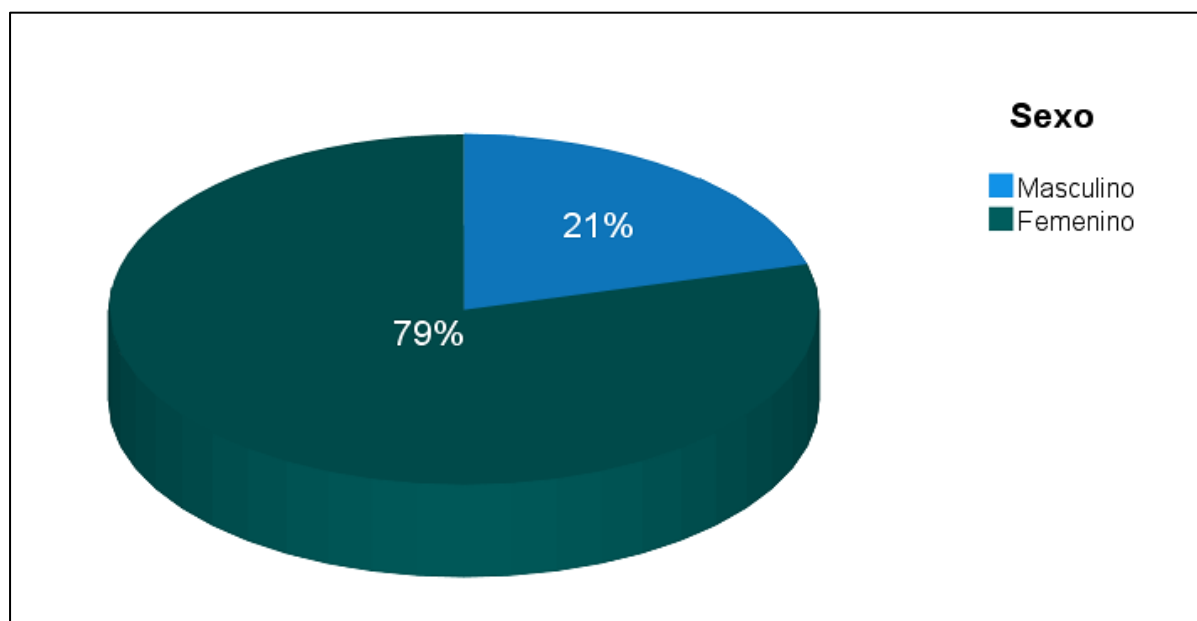
Distribución según el sexo de los consumidores.

Sexo	N	Porcentaje
Masculino	41	20.8%
Femenino	156	79.2%
Total	197	100.0%

Nota. Tabla de distribución según el sexo de los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo - 2022. Autoría propia

Figura 1

Representación porcentual del sexo de la muestra del estudio de los consumidores



Nota. Gráfico porcentual de la muestra del estudio según el sexo de los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo - 2022. Autoría propia

4.2 Etiquetado Nutricional

Tabla 2

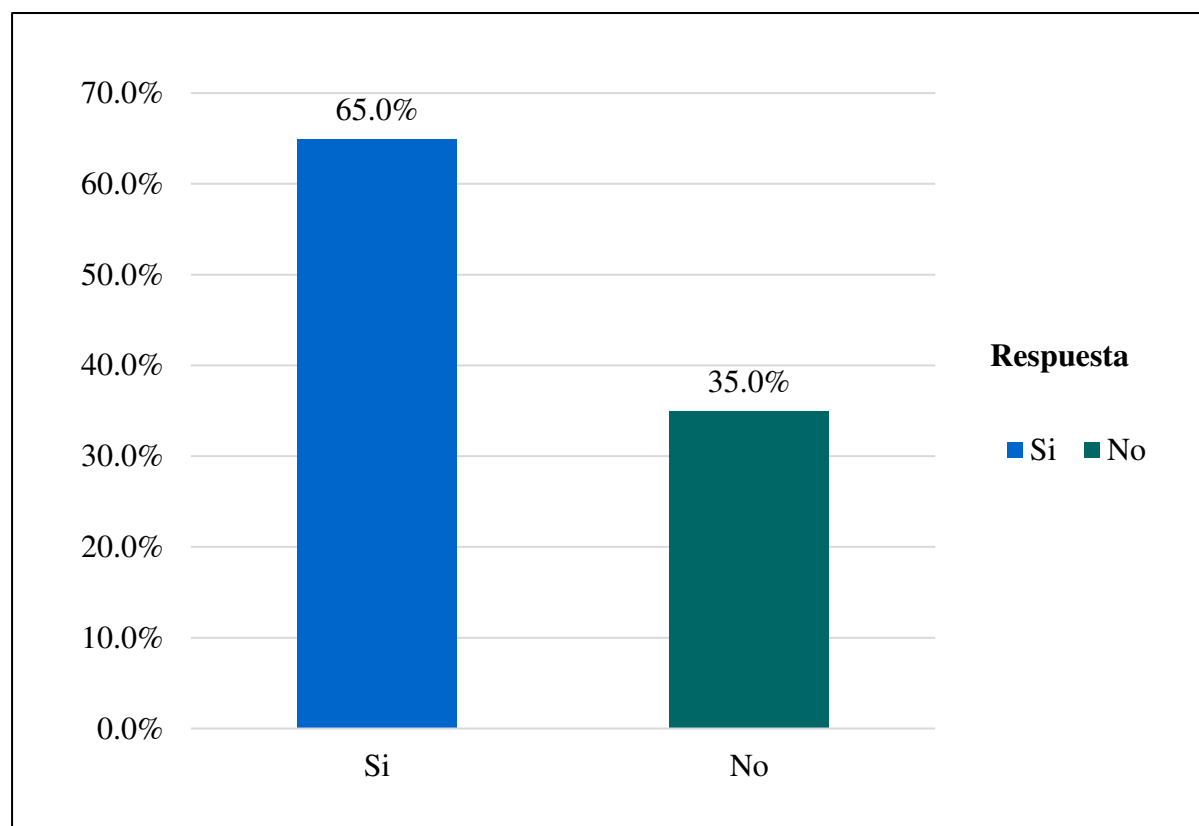
¿Conoce el etiquetado nutricional de alimentos industrializados?

Respuesta	N	Porcentaje
Si	154	78.2%
No	43	21.8%
Total	197	100.0%

Nota. Autoría propia

Figura 2

¿Entiende el etiquetado nutricional de alimentos industrializados?



Nota. Gráfico de distribución porcentual sobre la comprensión del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

En la tabla 2 se observa la frecuencia y porcentaje acerca del conocimiento del etiquetado nutricional respecto a la pregunta: ¿conoce el etiquetado nutricional?, del cual se desprende que el 78.2% (n=154) de los consumidores del Mercado Girasol si lo conoce frente a un 21.8 % (n=43) que no lo conoce. En el gráfico 2 se observa el porcentaje acerca de la comprensión del etiquetado nutricional respecto a la pregunta: ¿entiende el etiquetado nutricional?, del cual se desprende que el 65% (n=128) si lo entiende y 35% (n=69) no lo entiende.

Tabla 3*Decisión de lectura del etiquetado nutricional según el sexo de los consumidores*

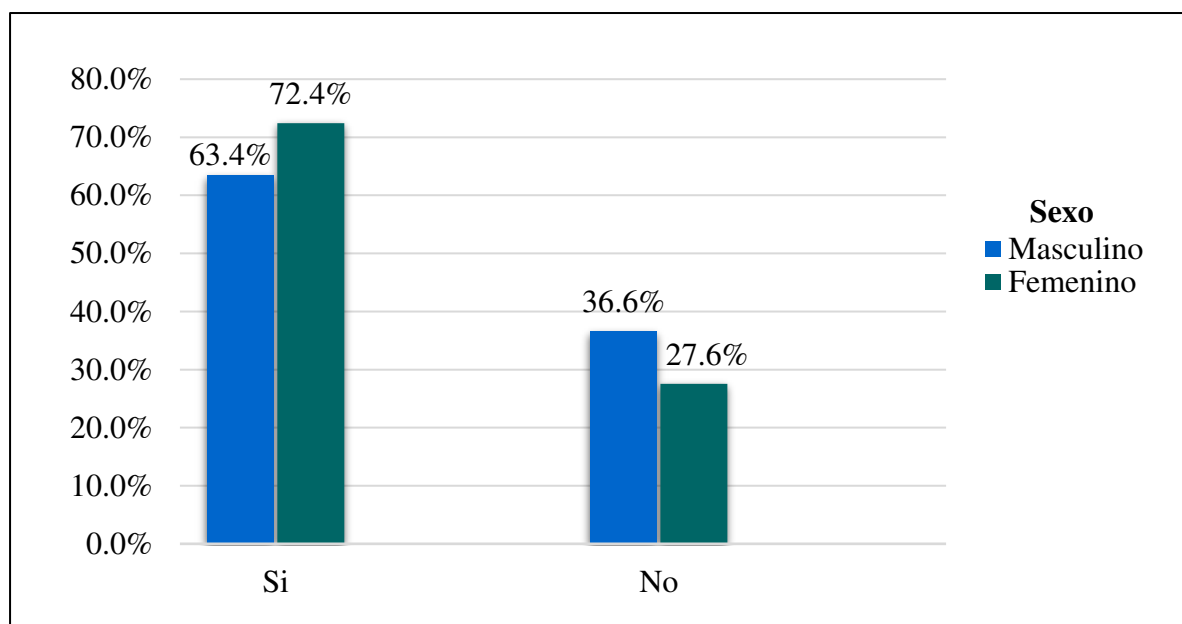
			Sexo		Total
			Masculino	Femenino	
¿Lee el etiquetado nutricional de alimentos?	Si	n	26	113	139
		% dentro de Sexo	63.4%	72.4%	70.6%
	No	n	15	43	58
		% dentro de Sexo	36.6%	27.6%	29.4%
Total		n del total	41	156	197
		% del total	20.8%	79.2%	100.0%

Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje sobre la decisión de lectura del etiquetado nutricional de alimentos industriales según el sexo en consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Los resultados en la tabla y figura 3 nos muestra que el 70.6% (n=139) de los consumidores si leen el etiquetado nutricional mientras que el 29.4% (n=58) no lo leen. Además, se observa que en los consumidores del sexo femenino existe mayor frecuencia en la realización de la lectura del etiquetado nutricional de alimentos industrializados con un 72.4 % (n=113) frente a los consumidores del sexo masculino con un 63.4% (n=26).

Figura 3

Lectura del etiquetado nutricional dentro del sexo de los consumidores



Nota. Gráfico porcentual de barras sobre la decisión de lectura del etiquetado nutricional de alimentos industriales dentro del sexo en consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Tabla 4

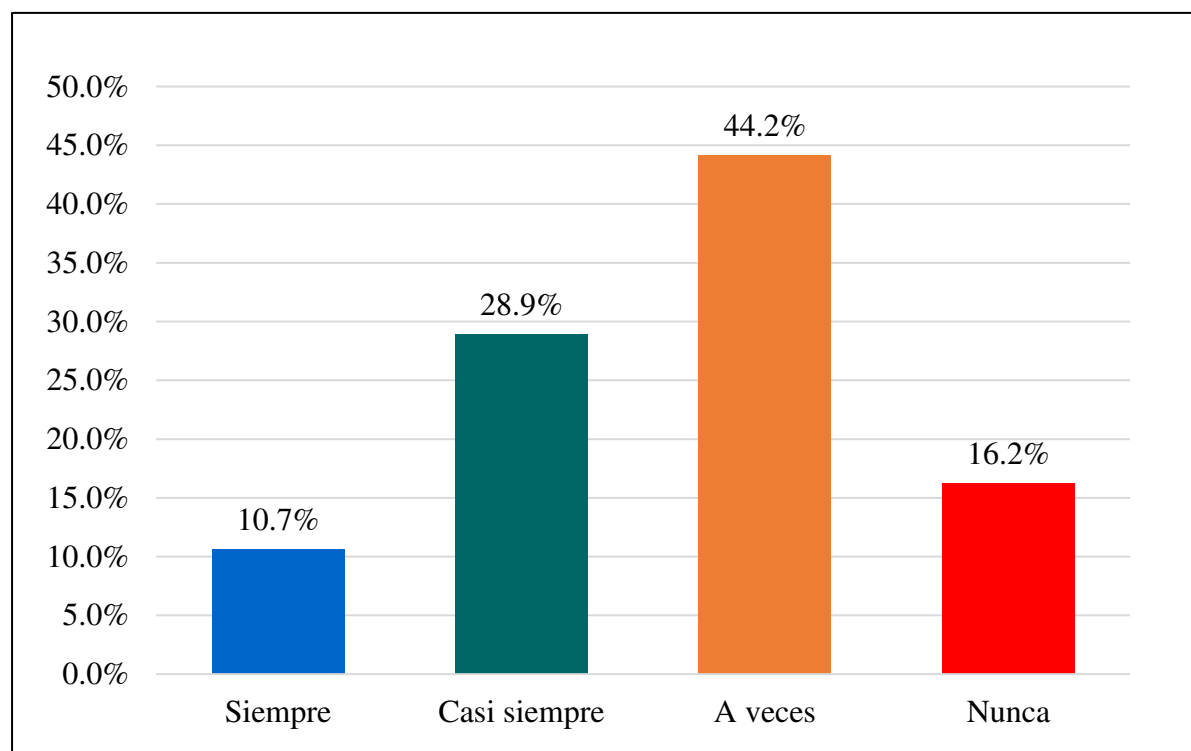
Frecuencia de lectura del etiquetado nutricional de los consumidores

Frecuencia	N	%
Siempre	21	10.7%
Casi siempre	57	28.9%
A veces	87	44.2%
Nunca	32	16.2%
Total	197	100.0%

Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje sobre la frecuencia de lectura del etiquetado nutricional de alimentos industriales en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Figura 4

¿Con qué frecuencia lee el etiquetado nutricional?



Nota. Gráfico porcentual de barras sobre la frecuencia de lectura del etiquetado nutricional de alimentos industrializados de los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

En la tabla y figura 4, se evidencia la frecuencia de lectura del etiquetado nutricional de alimentos industrializados presente en los consumidores teniendo los siguientes resultados, donde la lectura es de “a veces” con 44.2% (n=87), “casi siempre” con 28.9 % (n=57), “nunca” con 16.2% (n=32) y “siempre” con 10.7% (n=21).

Tabla 5*Enfoque de mirada sobre el etiquetado nutricional*

Etiquetado	N	%
Parte superior	107	54.3%
Parte inferior	34	17.3%
Parte media	56	28.4%
Total	197	100.0%

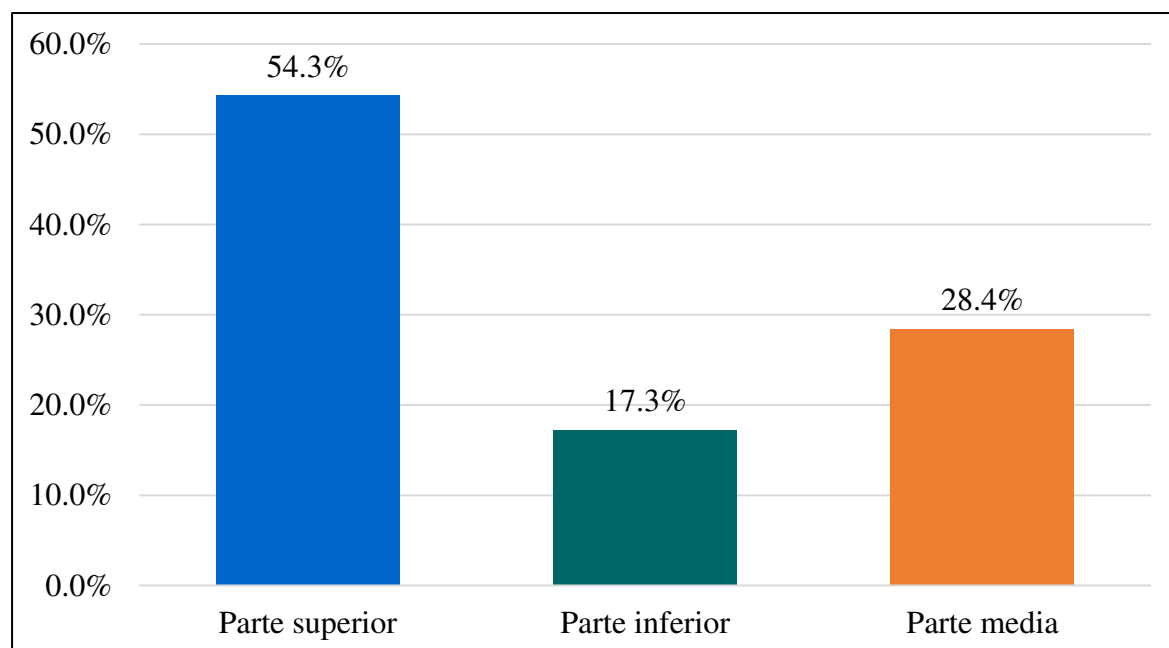
Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje sobre el enfoque de mirada a primera instancia del etiquetado nutricional de alimentos industriales en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

La tabla y figura 5 se responde a la pregunta: ¿dónde enfoca su mirada a primera instancia al leer el etiquetado nutricional de alimentos?, mostrándonos que los consumidores del Mercado Girasol al momento de leer el etiquetado nutricional la mayoría enfoca su mirada a primera instancia en la parte superior con un 54.3% (n=107)

En segundo lugar, los consumidores del mercado Girasol enfocan su mirada en el etiquetado nutricional en la parte media con un 28.4% (n=34) y por último el 17.3% en la parte inferior con 17.3% (n=56).

Figura 5

¿Dónde enfoca su mirada al leer el etiquetado nutricional?



Nota. Gráfico porcentual de barras sobre el enfoque de mirada a primera instancia del etiquetado nutricional de alimentos industriales en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

4.3 Alimentos industrializados

Tabla 6

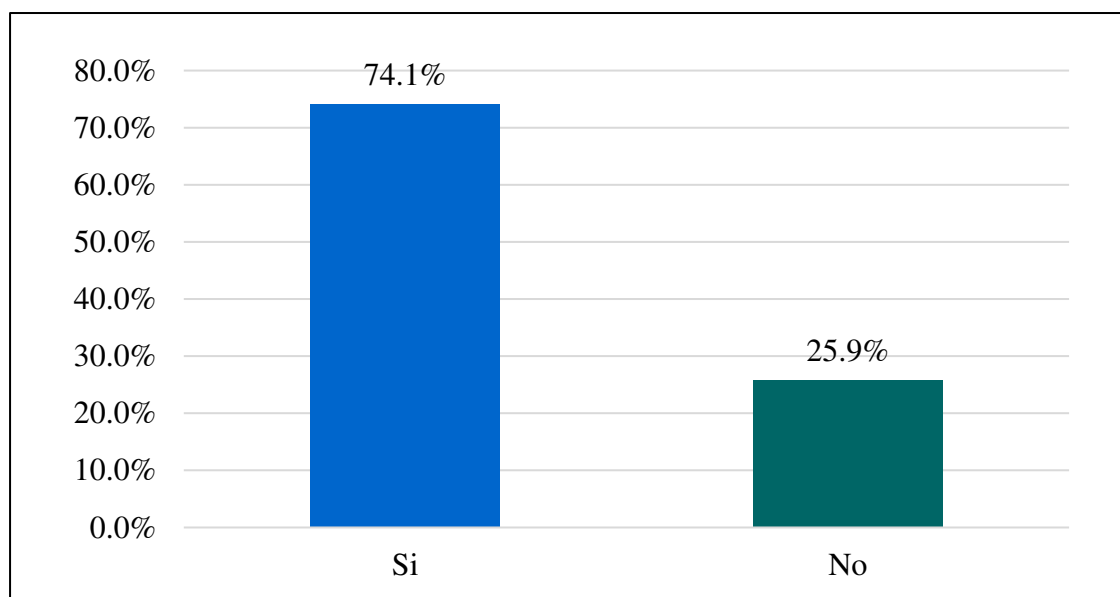
Conoce un alimento industrializado

Respuesta	N	Porcentaje
Si	146	74.1%
No	51	25.9%
Total	197	100.0%

Nota. Autoría propia

Figura 6

¿Conoce qué es un alimento industrializado?



Nota. Gráfico porcentual de barras si conoce o no conoce el etiquetado nutricional de alimentos industriales en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

La tabla y figura 6 nos indican que la mayor parte de consumidores del Mercado Girasol si conoce que es un alimento industrializado con un 74.1% (n=1460) frente a un 25.9% (n=51) que no lo conoce.

Tabla 7*Frecuencia de consumo de alimentos industrializados*

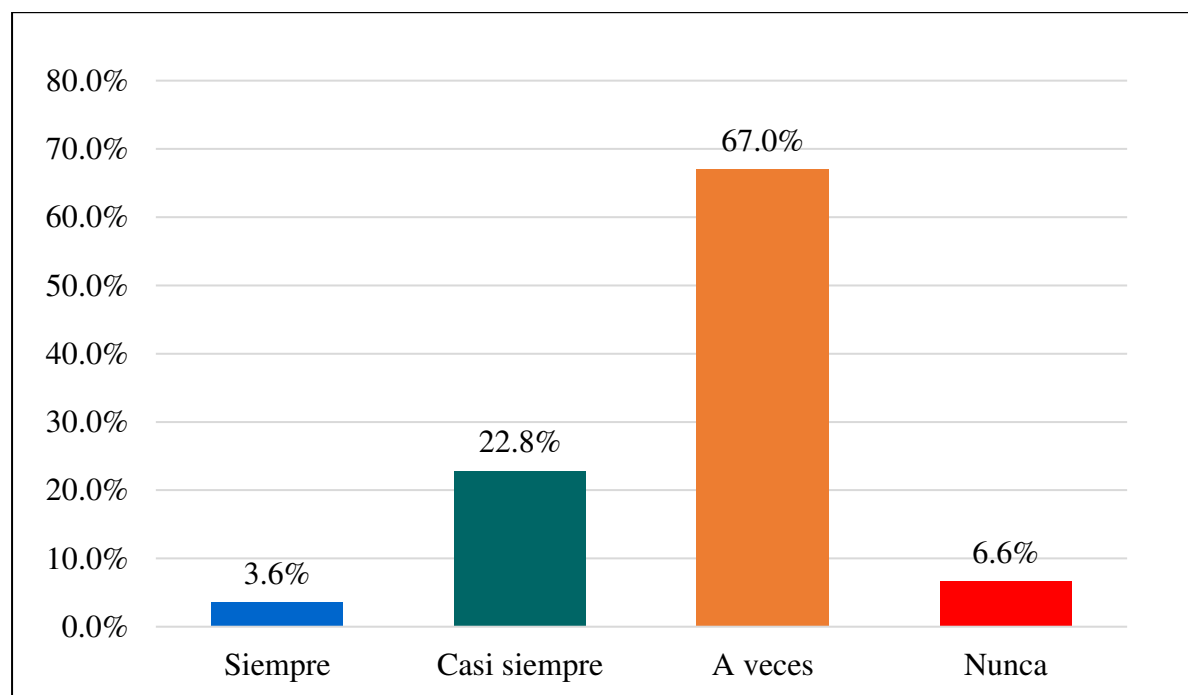
Frecuencia	N	%
Siempre	7	3.6%
Casi siempre	45	22.8%
A veces	132	67.0%
Nunca	13	6.6%
Total	197	100.0%

Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje de la frecuencia de consumo de alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022.

Autoría propia

Figura 7

¿Con qué frecuencia consume alimentos industrializados?



Nota. Gráfico porcentual de barras sobre la frecuencia de consumo de alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

En la tabla y figura 7, se muestra la frecuencia de consumo de alimentos industrializados presente en los consumidores arrojó los siguientes datos, donde el consumo de “a veces” es un 67.0% (n=132), “casi siempre” con 22.8 %(n=45), “nunca” con 6.6% (n=13) y “siempre” con 3.6% (n=7).

Tabla 8

Gasto semanal en alimentos industrializados

Gasto semanal	N	%
Menor a 40 soles	86	43.7%
De 40 a 70 soles	69	35.0%
De 71 a 100 soles	29	14.7%
Mayor a 100 soles	13	6.6%
Total	197	100.0%

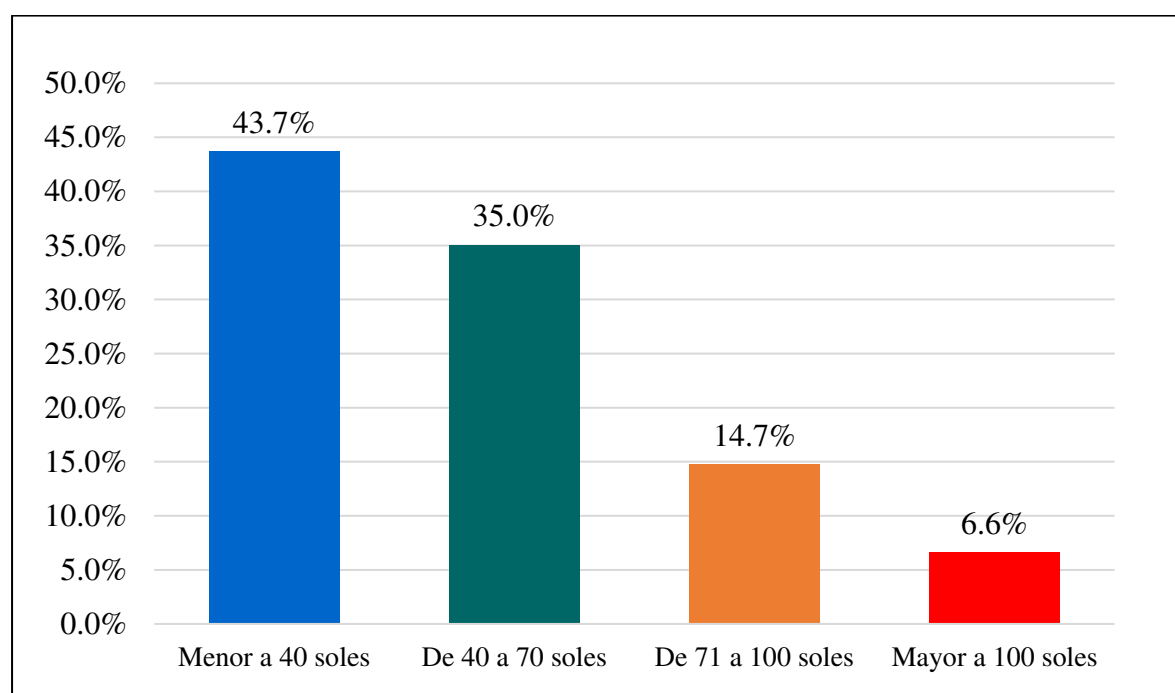
Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje de gasto semanal en alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

En la tabla y figura 8, se muestran los resultados acerca del gasto semanal de compra en consumo de alimentos industrializados presente de los consumidores dándonos los

siguientes datos: el 43.7% (n=86) gasta menos de 40 soles, el 35.0% (n=69) entre 40 a 70 soles, 14.7% (n=29) entre 71 a 100 soles y el 6.6% (n=13) mayor a 100 soles.

Figura 8

¿Cuánto dinero gasta por semana en comprar alimentos industrializados?



Nota. Gráfico porcentual de barras sobre el gasto semanal de alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

4.4 Percepción del etiquetado nutricional en alimentos industrializados

Tabla 9

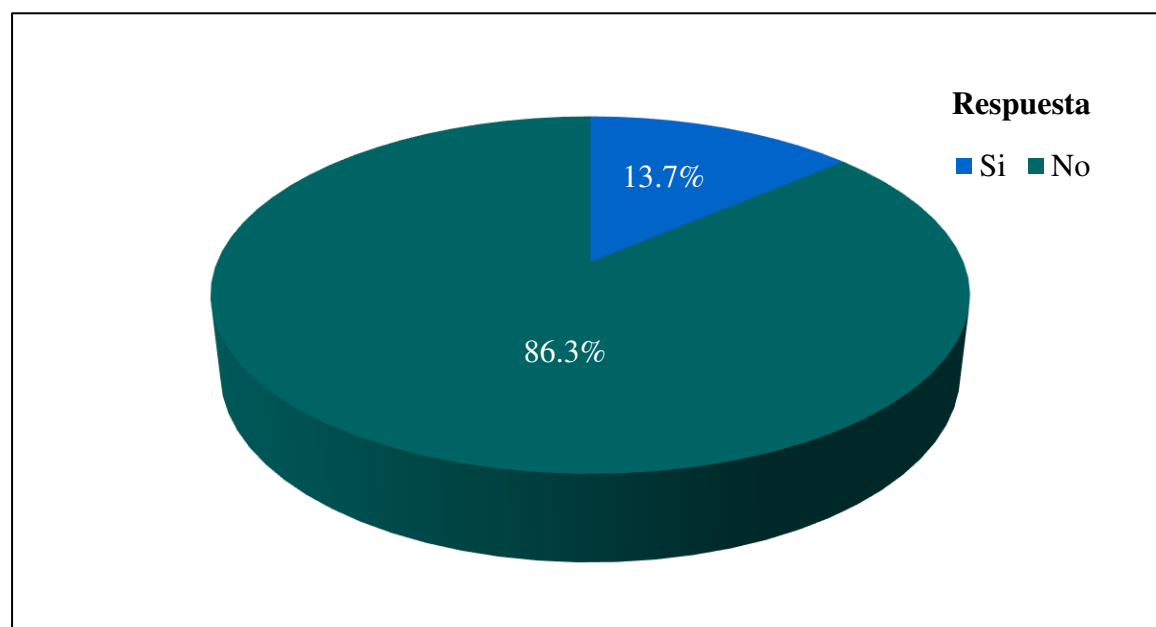
Conoce los nutrientes críticos

Respuesta	N	Porcentaje
Si	27	13.7%
No	170	86.3%
Total	197	100,0%

Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje sobre si conoce o no conoce los nutrientes críticos en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Figura 9

¿Conoce cuáles son los nutrientes críticos?



Nota. Gráfico porcentual circular si conoce o no conoce los nutrientes críticos en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

En la tabla y figura 9 se puede observar que los consumidores del Mercado Girasol si existe una gran diferencia acerca de si conocen y no conocen los nutrientes críticos debido a que el 86.3% (n=170) refiere que no conoce cuáles son los nutrientes críticos frente a un 13.7% (n=27) que no los conoce.

Tabla 10

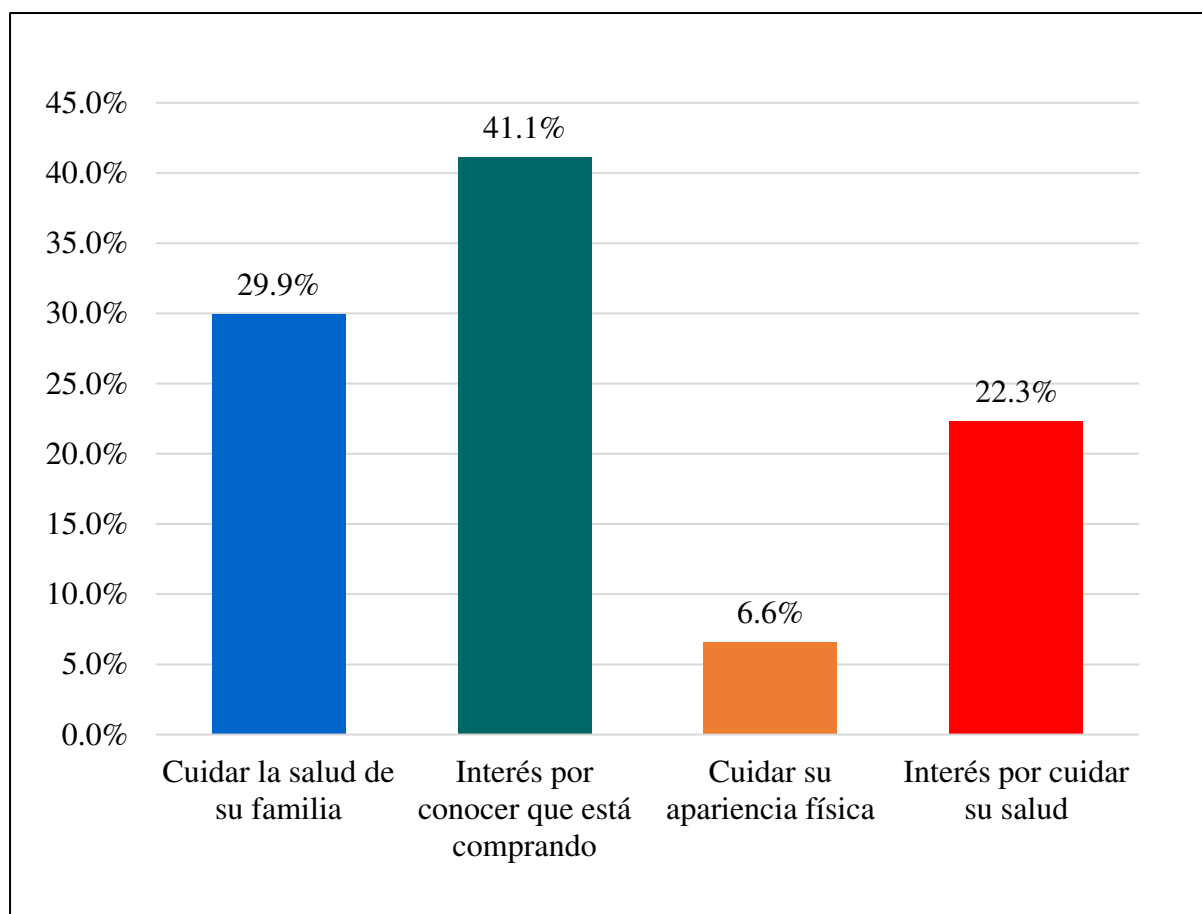
Motivo de lectura del etiquetado nutricional

Motivo	N	%
Cuidar la salud de su familia	59	29.9%
Interés por conocer que está comprando	81	41.1%
Cuidar su apariencia física	13	6.6%
Interés por cuidar su salud	44	22.3%
Total	197	100.0%

Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje sobre el motivo de la lectura del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Figura 10

¿Cuál es el motivo por el cual lee el etiquetado nutricional?



Nota. Gráfico de barras acerca del motivo de lectura del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022.

Autoría propia

La tabla y figura 10, podemos observar los motivos por los cuáles los consumidores leen el etiquetado nutricional de alimentos industrializados del cual se desprende que el motivo principal es el “Interés por conocer que está comprando” con 41.1% (n=81), el segundo es el de “Cuidar la salud de su familia” con 29.9% (n=59), tercero el “Interés por cuidar su salud” con 22.3% (n=44) y finalmente el “Cuidar su apariencia física” con 6.6% (n=13).

Tabla 11*Lectura en primera instancia sobre la información del etiquetado nutricional*

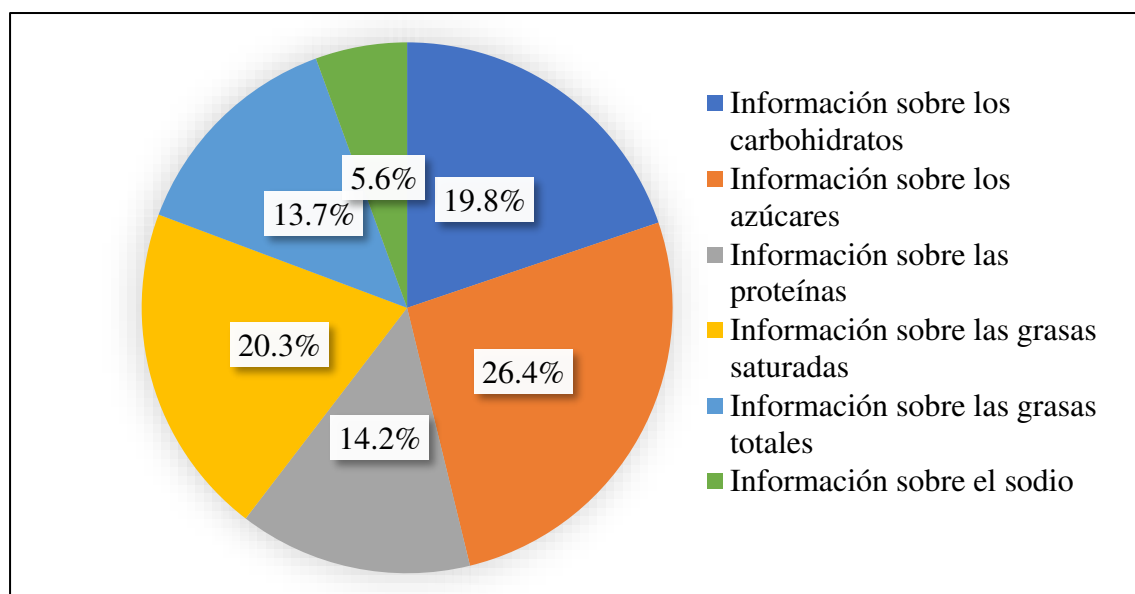
Motivo	N	%
Información sobre los carbohidratos	39	19.8%
Información sobre los azúcares	52	26.4%
Información sobre las proteínas	28	14.2%
Información sobre las grasas saturadas	40	20.3%
Información sobre las grasas totales	27	13.7%
Información sobre el sodio	11	5.6%
Total	197	100.0%

Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje sobre la información que lee en primera instancia del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Los resultados que se muestran en la tabla y figura 11 son acerca de la preferencia de lectura de información a primera instancia contenida en el etiquetado nutricional del cual desprende que la información principal es la “Información sobre azúcares” con 26% (n=52), el segundo con la “Información sobre las grasas saturadas” con 20.3% (n=40), tercero la “Información sobre los carbohidratos” con 19.8% (n=39), el cuarto la “Información sobre las proteínas” con 14.2% (n=28), quinto la “Información sobre las grasas totales” con 13.7% (n=27) y finalmente la “Información sobre el sodio” con 5.6% (n=11).

Figura 11

¿Qué es lo primero que lee en el etiquetado nutricional?



Nota. Gráfico porcentual sobre la lectura de información presente en el etiquetado nutricional que los consumidores leen a primera instancia en los consumidores del Mercado Girasol, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Tabla 12

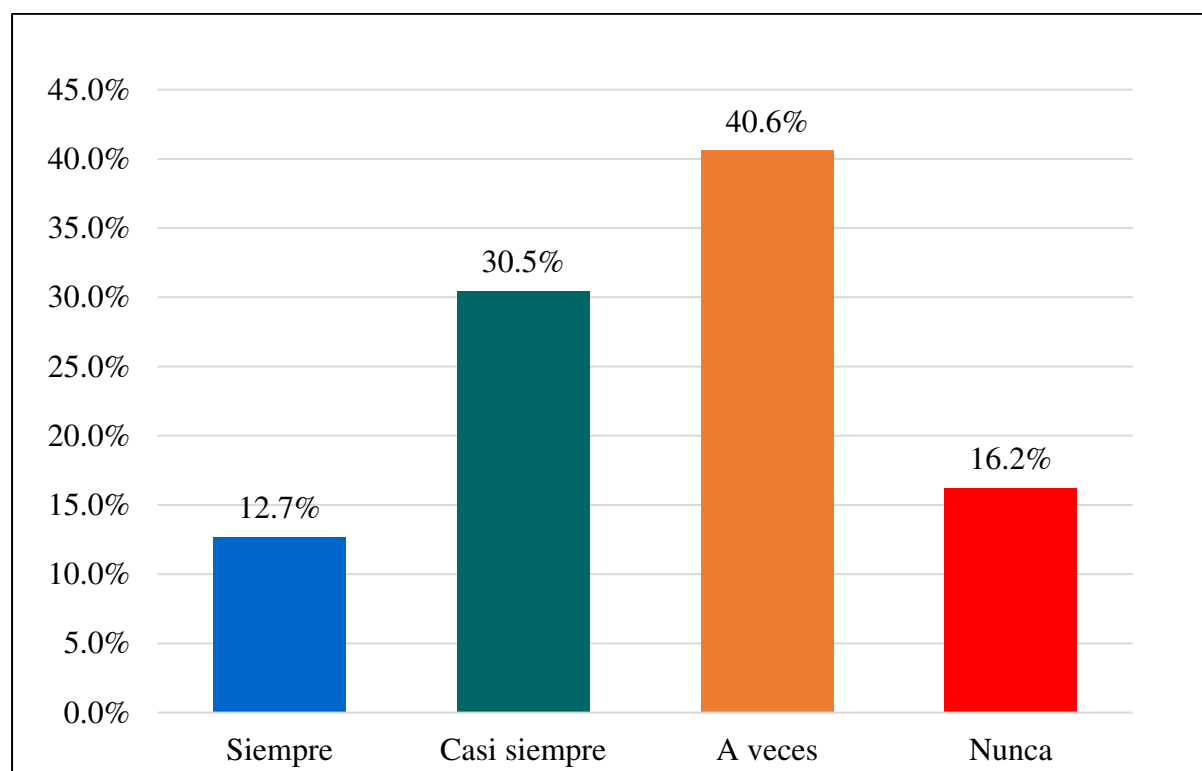
Frecuencia en la cual los consumidores entienden los términos usados en los ingredientes del etiquetado nutricional

Frecuencia	N	%
Siempre	25	12.7%
Casi siempre	60	30.5%
A veces	80	40.6%
Nunca	32	16.2%
Total	197	100.0%

Nota. Tabla de frecuencia y porcentaje sobre la frecuencia en la cual los consumidores del Mercado Girasol entienden los términos usados en los ingredientes del etiquetado nutricional de alimentos industrializados, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

Figura 12

¿Con que frecuencia entiende los términos usados en los ingredientes presente en el etiquetado nutricional?



Nota. Gráfico porcentual de barras sobre la frecuencia en la cual los consumidores del Mercado Girasol entienden los términos usados en los ingredientes del etiquetado nutricional de alimentos industrializados, Villa María del Triunfo – 2022. Autoría propia

V. DISCUSION DE RESULTADOS

El presente trabajo de investigación buscó determinar las percepciones sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en Villa María del Triunfo, teniendo como instrumento una encuesta de 18 preguntas dimensionados en etiquetado nutricional, alimento industrializado y percepción del consumidor.

El etiquetado nutricional viene a ser un instrumento de suma importancia para la población en general siendo un puente de comunicación entre el productor y consumidor a fin de proporcionarle información del producto de forma clara y de fácil comprensión a fin de ayudarlo en la toma y elección de compra de estos. Además, con la reciente implementación del etiquetado nutricional frontal que incluye e integra a los octógonos con advertencias de “Alto en azúcar”, “Alto en sodio”, “Alto en grasas saturadas y “Contiene grasas trans” se busca informar a los consumidores de forma sencilla y rápida si el producto puede perjudicar su salud y orientarlos a una mejor decisión de compra.

Las edades de la muestra de la población oscilaron entre los 18 a 65 años, siendo el promedio de edad 40 años. En otras investigaciones que tuvo como variables percepción, etiquetado nutricional y alimentos industrializados tuvo una edad promedio cercana, puesto que Nieto et al. (2017) tuvo como edad promedio de los participantes 30 años; mientras que se observa una diferencia grande en la investigación de Luna y Vera (2017) con una edad promedio de 61 años, lo cual podría ser explicado debido a que se realizó en población con diabetes e hipertensión.

De los resultados obtenidos se desprende que el 78.2 % de los encuestados conoce el etiquetado nutricional, siendo el 70.6 % aquellos que leen el etiquetado nutricional presente en los alimentos industrializados. Por otro lado, en la tesis de Luna y Vera (2017) los resultados son opuestos ya que solo el 27.5 % reportó leer el etiquetado nutricional. Además, de los encuestados del presente trabajo que leen el etiquetado nutricional, el 35 % refiere que no lo entiende y la frecuencia de lectura de siempre y casi siempre es de 39.5%. Estos resultados de la investigación hacen contraste con el estudio de Aumesquet et al. (2020) habiendo resultados similares ya que el 35.6 % les resulta difícil comprender o no logran entenderlo y un 35.3% quienes lo leen siempre y casi siempre. Respecto al género del consumidor, el sexo femenino fue quienes lo leyeron con mayor frecuencia con 72.4 % frente al sexo masculino en menor frecuencia con 63.4 %, resultados similares se observaron en la tesis presentado por Somocurcio (2021) donde la frecuencia de lectura era mayor en el sexo femenino que en el masculino con datos del 85% y 73%, respectivamente.

Otro de los resultados fue el motivo principal de lectura del etiquetado nutricional en los consumidores del mercado Girasol fue del “Interés por conocer que está comprando” con un 41.1%, mientras que del estudio de Aumesquet et al. (2020) fue el de “Seguir una alimentación equilibrada” con un 27.8 % lo que se podría explicar debido a que la población de estudio difiere del presente trabajo de investigación al tener a consumidores y por otro lado a población con sobrepeso y obesidad. En el estudio de Velázquez y Galeano (2023) realizado en adultos de un barrio en Asunción el principal motivo de lectura fue la “Preocupación por su familia” con un 36 % y estar a dieta con un 33 %.

El etiquetado nutricional nos ofrece información acerca de los ingredientes, porciones y valores diarios de los cuáles los encuestados en el presente trabajo de investigación refieren

que solo el 12.7 % siempre entiende los términos usados en los ingredientes y que las principales informaciones nutricionales de interés son los azúcares en un 26.4% y las grasas saturadas en un 20.3%. Estos resultados se comparan en el estudio de Velázquez y Galeano (2023) siendo el principal motivo de interés acerca de la información nutricional las calorías y la grasa total. Asimismo, la lectura de carbohidratos solo tuvo un 8.2 % de interés por parte de los adultos del barrio de Asunción.

Respecto al enfoque de mirada sobre el etiquetado nutricional más de la mitad de los consumidores refieren enfocar su mirada en la parte superior y en menor proporción en la parte inferior, estos datos son importantes ya que se podrían posicionar en la etiqueta información clave e importante para que el consumidor pueda verlo fácilmente. Por otra parte, el 74.1% refiere que si conoce que es un alimento industrializado del cual el 67 % a veces lo consume.

Finalmente, el presente estudio encontró que el 83.3% de los consumidores del mercado Girasol no conocían los nutrientes críticos, teniendo dentro de estos a los azúcares, grasas totales, grasas saturadas, grasas trans y sodio, los cuáles según la Organización Mundial de la Salud (2020) son aquellos cuyo exceso presente en la dieta de una persona constituye un factor de riesgo en varias enfermedades; por otro lado, solo el 16.7% lo conocían, siendo un bajo porcentaje teniendo en cuenta del factor de riesgo que representan al ser consumidos en exceso. En el estudio de Quispe (2021), las madres referían que no conocían ni entendían de forma clara que eran las grasas, que había tipos de grasas ni conocían la diferencia entre ellas; además percibían el “alto en azúcar” como un indicador de que los alimentos eran muy dulces.

VI. CONCLUSIONES

- 6.1. La gran mayoría de los consumidores del mercado Girasol puede identificar y es consciente acerca de la existencia del etiquetado nutricional y de alimentos industrializados tal como se demostró en la encuesta donde el 78.2% y 74.1% refirió conocerlo respectivamente.
- 6.2. Los consumidores tienen un gran nivel de decisión positiva de lectura del etiquetado nutricional, siendo el sexo femenino el cual tiene mayor disposición de lectura frente al sexo masculino, pero los términos usados en este no son comprendidos, solo el 12.7% de los consumidores refirieron que siempre entiende los términos usados en este.
- 6.3. El enfoque de la mirada a primera instancia sobre el etiquetado nutricional es principalmente en la parte superior de este, donde están colocados la información sobre el tamaño de porción y la cantidad de porciones por envase.
- 6.4. Los consumidores del mercado Girasol no tienen conocimiento sobre los nutrientes críticos puesto que solo el 86.3% refirió no conocerlo, por lo cual viene a ser una gran desventaja al momento de poder tomar una correcta decisión de compra.
- 6.5. Los motivos de lectura del etiquetado nutricional son el interés por conocer qué están comprando y el de cuidar a su familia; mientras que la principal información de interés del etiquetado nutricional son la de los azúcares.
- 6.6. Los consumidores no cuentan con educación e información suficiente para que puedan comprender el etiquetado nutricional, lo cual crea una brecha y rompe con el fin que tiene este de servir como puente de comunicación entre el fabricante y consumidor.

VII. RECOMENDACIONES

7.1. Se recomienda realizar educación nutricional sobre conocimientos claves que ayuden al consumidor a poder comprender los términos usados en el etiquetado nutricional a fin de que puedan tomar decisiones informadas sobre los alimentos que están adquiriendo con el fin de poder cuidar su salud y las de sus familiares.

7.2. Aún no hay conocimiento suficiente sobre las percepciones que tienen los consumidores peruanos del nivel escolar, puesto que representan una gran población y debido a la gran cantidad de horas de escolaridad que pasan dentro del centro educativo consumiendo y adquiriendo alimentos dentro de los quioscos escolares.

7.3. La presente investigación arroja información la cual puede servir a futuras investigaciones relacionados en el campo de educación nutricional a fin de incentivar a profesionales de la salud a la creación de estrategias de políticas públicas peruanas sobre educación nutricional.

VIII. REFERENCIAS

- Castro, S. N. (2020). *Conocimientos, Actitudes y Prácticas del etiquetado frontal en alimentos procesados por adolescentes del IEPG MADRE ADMIRABLE* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Federico Villarreal]. Repositorio Institucional Universidad Nacional Federico Villarreal. <http://repositorio.unfv.edu.pe/handle/20.500.13084/4281>
- Espadín, C., Torres, N., Valverde, M. (2020) *Preferencia de etiquetado nutricional frontal: Octógono frente a Semáforo GDA en mercados de Lima, Perú* [trabajo de investigación de bachiller, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/652401>
- González, D., González, T., Barquera, S., & Rivera, J. (2007). Alimentos industrializados en la dieta de los preescolares mexicanos. *Salud Pública de México*, 49(5), 345-356. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0036-36342007000500005&lng=es&tlng=es
- Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (INDECOPI, 2018) *Guía informativa sobre etiquetado 2018 (3ª edición)*. Página Web Oficial de INDECOPI, Lima. https://www.indecopi.gob.pe/documents/51783/2254804/guia_informativa_etiquetado_2018.pdf/e295639e-8ff4-5292-12e7-15c986a47b91
- Instituto Nacional de Estadística e Informática. (INEI, 2018) *Encuesta Demográfica y de Salud Familiar*. Web oficial del INEI, Lima. https://proyectos.inei.gob.pe/endes/2018/ppr/Indicadores_de_Resultados_de_los_Programas_Presupuestales_ENDES_Primer_Semestre_2018.pdf

- López L y Restrepo S. (2014) Etiquetado nutricional, una mirada desde los consumidores de alimentos. *Perspectivas en Nutrición Humana*, 16, 145-158.
<https://doi.org/10.17533/udea.penh.v16n2a0>
- Luna, A. Vera, M. (2017). *Lectura, uso e interpretación de las etiquetas nutricionales en pacientes con diabetes e hipertensión en Lima, Perú* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.
https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/621312/luna_sa.pdf?sequence=2
- Ministerio de Salud de Chile. (Minsal, 2015). Decreto número 13 de modificación del Reglamento Sanitario de los Alimentos. *Diario Oficial de la República de Chile*, Santiago de Chile. https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2015/08/Directrices-Fiscalizaci%C3%B3n-y-Vigilancia-Decreto-N%C2%BA13_final.pdf
- Ministerio de Salud de Chile. (Minsal, 2017). Manual de Etiquetado Nutricional de Alimentos. *Página Oficial del Ministerio de Salud de Chile*, Santiago.
<https://www.minsal.cl/wp-content/uploads/2018/01/Manual-Etiquetado-Nutricional-Ed.-Minsal-2017v2.pdf>
- Ministerio de Salud del Perú. (MINSA, 2013). Decreto Supremo que aprueba el Reglamento de la ley N° 300021: Ley de Promoción de la Alimentación Saludable. *Diario Oficial El Peruano*, Lima. <https://busquedas.elperuano.pe/download/url/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-la-ley-n-30021-decreto-supremo-n-017-2017-sa-1534348-4>

Ministerio de Salud del Perú. (MINSA, 2014) Resolución Ministerial N°683-2014-MINSA.

Diario Oficial El Peruano, Lima. <https://www.gob.pe/institucion/minsa/normas-legales/198647-683-2014-minsa>

Ministerio de Salud del Perú. (MINSA, 2012). Situación de las enfermedades crónicas no transmisibles: plan cáncer. *Página oficial del MINSA*, Lima.

<http://bvs.minsa.gob.pe/local/minsa/2283.pdf>

Naranjo, V. & Saravia, L. (2020). *Análisis de la percepción y comportamiento de los consumidores de galletas dulces de 18 a 55 años de Tambo del Parque San José de Jesús María con respecto a la implementación de la etiqueta frontal nutricional(octógonos)* [tesis de licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. Repositorio Institucional Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas.

<https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/654665?show=full>

Nieto, C., Chanin, A., Tamborrel, N., Vidal, E., Tolentino, L., Vergara, A. (2017). Percepción sobre el consumo de alimentos procesados y productos ultraprocesados en estudiantes de posgrado de la Ciudad de México. *Journal of Behavior, Health & Social Issues*, 9(2),82-88. <https://www.redalyc.org/comocitar.oa?id=282255144007>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO, 1985).

Comisión del Codex Alimentarios: Manual de procedimiento (Novena edición). *Web Oficial de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. <https://www.fao.org/3/i4354s/i4354s.pdf>

Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (FAO, 2007).

Etiquetado de los Alimentos (Quinta edición). *Web Oficial de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*. <https://www.fao.org/3/a1390s/a1390s.pdf>

- Oviedo, G. (2004). La definición del concepto de percepción en psicología con base en la teoría Gestalt. *Revista de Estudios Sociales*, 1(18), 89-96. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81501809>
- Paucar, N. E. (2019). *Nivel de lectura sobre la etiqueta de alimentos procesados de una institución educativa estatal – 2017* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional Universidad Nacional Mayor de San Marcos. <https://cybertesis.unmsm.edu.pe/handle/20.500.12672/11328>
- Pérez-Izquierdo, O., Cárdenas-García, S., Aranda-González, I., Perera-Ríos, J., y Castillo, M. del R. B. (2020). *Consumo frecuente de alimentos industrializados y su percepción en adolescentes indígenas Mayas con sobrepeso y obesidad*. *Ciência & Saúde Coletiva*, 25(11), 4423–4438. <https://doi.org/10.1590/1413-812320202511.35112018>
- Poder Ejecutivo del Perú. (2016). Decreto Legislativo N°1304 que aprueba La Ley del Etiquetado y Verificación de los Reglamentos Técnicos de los Productos Industriales Manufacturados. *Diario Oficial El Peruano*. <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/decreto-legislativo-que-aprueba-la-ley-de-etiquetado-y-verif-decreto-legislativo-n-1304-1468963-4/>
- Quintiliano, D., Gomes, T., Araneda y J., Pinheiro, A. (2021). Impacto de los mensajes frontales de advertencia en el patrón de compra de alimentos en Chile. *Nutrición Hospitalaria*, 38(2), 358-365. <https://dx.doi.org/10.20960/nh.03311>
- Quispe, M. (2021). *Percepciones del etiquetado frontal octogonal en madres de escolares del nivel primario que asisten a un centro de salud, Lima* [tesis de licenciatura, Universidad Nacional Mayor de San Marcos]. Repositorio Institucional Universidad Nacional Mayor de San Marcos.

https://cybertesis.unmsm.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12672/17504/Quispe_km.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Somocurcio, L. F. (2021) *Influencia del etiquetado de alimentos procesados en el comportamiento del consumidor universitario peruano* [tesis de licenciatura, Universidad Del Pacífico]. Repositorio Institucional Universidad Del Pacífico. https://repositorio.up.edu.pe/bitstream/handle/11354/3271/SomocurcioLucia_Tesis_Licenciatura_2021.pdf?sequence=1

Royo, M. (2017). *Nutrición en Salud Pública*. Madrid: Escuela Nacional de Sanidad, Instituto de Salud Carlos III. <http://hdl.handle.net/20.500.12105/5780>

Velázquez, P. y Galeano, C. (2023). Lectura, interpretación y uso del etiquetado nutricional en la decisión de compra de adultos de un barrio de Asunción. *Rev. Cienc. Salud*, 5: e5106. <https://doi.org/10.53732/rccsalud/2023.e5106>

16. ¿Cuál es su nivel de estudios?

- Primaria Técnico
 Secundaria Universitario

17. ¿Cuánto dinero gasta por semana en comprar alimentos industrializados?

- Menor a 40 soles 71 a 100 soles
 40 a 70 soles Mayor a 100 soles

18. Su ingreso mensual se encuentra entre:

- Menor a 1000 soles 2001 a 3000 soles
 1000 a 2000 soles Mayor a 3000 soles

Anexo B. Consentimiento informado**CONSENTIMIENTO INFORMADO**

Estimado Sr. (a, ita):

Soy Oscar Branco Sandoval Monteagudo, estudiante de nutrición de la Universidad Nacional Federico Villareal, responsable del trabajo de investigación titulado “PERCEPCIONES SOBRE EL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN CONSUMIDORES DEL MERCADO GIRASOL. V.M.T. 2022”

La presente es para invitarle a participar del estudio, el cual tiene como objetivo:

Determinar las percepciones sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado girasol V.M.T. 2022

La información que Ud. brinde al estudio será de uso exclusivo del investigador y se mantendrá la debida confidencialidad. Su participación es voluntaria y puede decidir retirarse del estudio en cualquier etapa de este.

Por participar del estudio Ud. no recibirá ningún beneficio económico.

Si tuviese alguna duda con respecto al estudio puede comunicarse al siguiente teléfono: 937041869.

Yo, dejo constancia que se me han explicado en que consiste el estudio titulado PERCEPCIONES SOBRE EL ETIQUETADO NUTRICIONAL DE ALIMENTOS INDUSTRIALIZADOS EN CONSUMIDORES DEL MERCADO GIRASOL. V.M.T. 2022” realizado por el bachiller de nutrición Oscar Branco Sandoval Monteagudo.

He tenido el tiempo y la oportunidad de realizar las preguntas con relación al tema las cuales fueron respondidas en forma clara.

Se que mi participación es voluntaria, que los datos que se obtengan se manejarán confidencialmente y que en cualquier momento puedo retirarme del estudio.

Por todo lo anterior doy consentimiento voluntario para participar en el presente estudio.

Firma del consumidor

DNI:

FECHA:

Anexo C. Matriz de consistencia

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPÓTESIS	VARIABLES E INDICADORES	METODOLOGÍA
<p>PROBLEMA GENERAL ¿Cuáles son las percepciones sobre el etiquetado nutricional que tienen los consumidores del mercado Girasol V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022?</p> <p>PROBLEMAS ESPECÍFICOS 1. ¿Cómo interpretan el etiquetado nutricional de alimentos industrializados los consumidores del mercado Girasol V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022? 2. ¿Cuáles son los efectos del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del mercado Girasol V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022?</p>	<p>OBJETIVO GENERAL Determinar las percepciones sobre el etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS 1. Describir las interpretaciones del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022. 2. Describir los efectos que produce el etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en</p>	<p>HIPÓTESIS GENERAL No necesita</p> <p>HIPÓTESIS ESPECÍFICAS No necesita</p>	<p>VARIABLE INDEPENDIENTE</p> <p>-Percepción del etiquetado nutricional.</p> <p>-Consumo de alimentos industrializados.</p> <p>VARIABLE DEPENDIENTE</p> <p>-Uso del etiquetado nutricional</p>	<p>TIPOS DE INVESTIGACIÓN El estudio es de enfoque cualitativo, según propósito es descriptivo, según cronología de los hechos es retrospectivo y según número de mediciones es transversal.</p> <p>POBLACIÓN Y MUESTRA *Población: Se trabajará con la población mayor de edad según los criterios de exclusión e inclusión. <u>Criterios de inclusión:</u> Personas adultas que hayan cumplido los 18 años que sean alfabetos y estén en la capacidad de responder la encuesta. <u>Criterios de exclusión:</u> Personas adultas que hayan cumplido los 18 años que sean analfabetas y que no estén en la capacidad de responder la encuesta</p>

<p>3. ¿Cuál es el grado de información acerca del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en los consumidores del mercado Girasol V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022?</p>	<p>V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022.</p> <p>3. Describir el grado de información del etiquetado nutricional de alimentos industrializados en consumidores del mercado Girasol en V.M.T. (Villa María del Triunfo) 2022.</p>			<p>*Muestra: Personas voluntarias que hayan aplicado a los criterios de inclusión y exclusión. Se obtendrá a 197 voluntarios a los cuáles se les aplicará la encuesta.</p> <p>TÉCNICAS PARA RECOLECCIÓN DE DATOS La técnica que se usará será el de la encuesta.</p> <p>INSTRUMENTOS El instrumento es un cuestionario sobre el etiquetado nutricional el cuál consta de 18 preguntas cerradas de múltiple opción.</p>
---	--	--	--	--

Anexo D. Formato validación de instrumento

Método: Validez de Contenido

Técnica: Juicio de expertos

Ítem	Congruencia		Claridad		Predisposición		Observaciones
	Si	No	Si	No	Si	No	
1							
2							
3							
4							
5							
6							
7							
8							
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							
16							
17							
18							

Anexo E. Confiabilidad del instrumento

Método Análisis de homogeneidad de los ítems: Alfa de Cronbach

SUJETOS / ITEMS	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	Suma de ítems
Sujeto 1	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	74
Sujeto 2	5	4	2	5	5	2	5	5	4	2	5	4	2	5	5	5	3	3	71
Sujeto 3	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	3	3	5	3	79
Sujeto 4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	75
6b Sujeto 5	3	3	4	2	4	4	2	3	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	58
Sujeto 6	2	4	3	3	3	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	3	5	3	56
Sujeto 7	5	5	3	3	3	3	3	5	5	3	5	5	3	3	3	4	4	5	70
Sujeto 8	3	5	4	4	3	4	4	3	5	4	3	5	4	4	3	4	3	3	68
Varianza	1.4	0.5	0.8	1.1	0.8	0.8	1.1	1.4	0.5	0.8	1.4	0.5	0.8	1.1	0.8	0.7	0.8		65.3
Sumatoria de varianzas	15.9																		

$$\alpha = \frac{K}{K-1} \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{S_T^2} \right]$$

$$\alpha = 18 / 18 - 1 (1 - 15.9 / 65.3)$$

$$\alpha = 0.881$$

Confiabilidad: Muy alta

Anexo F. Operacionalización de variables

Variable	Definición de la Variable	Instrumento	Tipo de variable/Escalade medición	Dimensiones	Valores de medición
Etiquetado nutricional	El etiquetado nutricional es aquella información acerca de las características nutricionales del alimento, el cual incluye componentes obligatorios y opcionales de acuerdo con la legislación de cada país. (Minsal, 2017, p.14)	Se determinarán mediante la aplicación de una encuesta de 18 preguntas	Cualitativa politémica/ Nominal	Lectura Frecuencia	Según el encuestado Según el encuestado Según el encuestado
Percepción del consumidor	Proceso cognoscitivo que ocurre al inicio de la actividad mental el cual llevará a la interpretación de la información que se detalla en el etiquetado nutricional en donde se involucran los sentidos, indicando ideas, conocimientos y sensaciones internas. (Oviedo, 2004)		Cualitativa politémica/ Nominal	Cognitivo Afectivo Conativo	
Alimento industrializado	Se define como aquel alimento que es procesado por industrias alimentarias con altos volúmenes de producción de fácil acceso y bajo la presentación de congelados, listos para procesar, cocinar, calentar o consumirse. (Pérez et ál., 2018)		Cualitativa politémica/Nominal	Compra Consumo	